

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

BisnesAkademia

2015

Essi Rantanen

# GRAAFINEN OHJEISTO

– Vitostapahtumat



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Essi Rantanen

# GRAAFINEN OHJEISTO - VITOSTAPAHTUMAT

Tämän portfolio-opinnäytetyön tavoitteena on laatia Vitostapahtumien graafinen ohjeisto, jonka avulla luodaan johdonmukaista, yhtenäistä ja tunnistettavaa viestintää. Ohjeiston tarkoituksena on koota yhteen visuaalisen ilmeen keskeiset elementit ja luoda niiden käyttöön omat säännöt.

Laadittu ohjeisto käsittää pääasiallisesti naisille suunnattujen tapahtumien eli Kuntovitosen, Viiden Tähten Risteilyn sekä 10 Pisteen Piknik-risteilyn visuaalisen ilmeen ohjeet. Ohjeisto määrittelee säännöt muun muassa tunnusten, logon ja liikemerkin, värien, typografian sekä kuvituksen osalta. Lisäksi ohjeistossa esitellään malleja erilaisista viestinnän sovelluksista.

Opinnäytetyön teoriaosa käsittelee lyhyesti visuaalista ilmettä ja sen keskeisiä elementtejä. Lisäksi teoriaosassa kuvaillaan graafisen ohjeiston ominaisuuksia ja tavoitteita yleisellä tasolla. Teoriaosuus on rajattu työn kannalta olennaisiin asioihin, ja sen tarkoituksena on johdatella lukijaa kohti työn päätavoitetta eli laadittua graafista ohjeistoa. Lähteinä on käytetty visuaalista viestintää ja graafista suunnittelua käsitteleviä kirjoja sekä aiheeseen liittyviä verkkolähteitä ja muita graafisia ohjeistoja.

Opinnäytetyön projektiosassa laaditaan tapahtumille graafinen ohjeisto. Luvussa käydään läpi prosessin taustoja, suunnittelua ja tavoitteita sekä esitellään valmiin ohjeiston sisältöä. Prosessin tuloksena syntyy visuaalisesti houkutteleva kirja eli graafinen ohjeisto, joka käsittää kaikki tarvittavat visuaalisen ilmeen ohjeet sekä mallit erilaisista sovelluskohteista.

Opinnäytetyön tavoitteet täyttyivät ja saadun palautteen mukaan ohjeisto oli kokonaisuudessaan onnistunut. Ohjeisto esittelee monipuolisesti visuaalista ilmettä ja helpottaa viestinnän suunnittelua tulevaisuudessa. Lisäksi se toimii hyödyllisenä työkaluna ja muistin tukena viestinnän parissa työskenteleville. Tarvittaessa ohjeistoa voidaan käyttää perehdyttämisen välineenä. Sähköisen ohjeiston päivittäminen ja sen jakaminen muille on helppoa.

## ASIASANAT:

Visuaalisuus, visuaalinen viestintä, graafinen suunnittelu, graafinen ohjeisto, ohjeet

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Business | Business Academy

June 2015 | 30 + 38

Instructor Jaana Kallio-Gerlander

Essi Rantanen

# GRAPHIC INSTRUCTIONS MANUAL - CASE: VITOSTAPAHTUMAT

The target of this portfolio thesis is to draw up a graphic instructions manual for the event Vitostapahtumat. This manual can then be used when creating consistent, uniform and identifiable communication. The aim of instructions is to round up the key elements of visual image and create rules for them.

The instructions manual includes visual image guidelines for events: Kuntovitonon, Five stars cruise and 10 points day cruise. The manual includes rules for logos, colours, typography and illustrations. In addition, instructions manual introduces models of various communication applications.

The theory briefly studies visual image and its key elements. In addition, it describes the features and targets of graphic instructions manual in general. The theory is limited to the essential aspects of this study and its purpose is to lead the reader towards the main objective, i.e. the graphic instructions manual. The sources used were relevant literature of visual communication and graphic design, as well as networks sources and other graphic instructions manuals.

The project part discusses the design of the graphic instruction manual for the events. This part describes the processing backgrounds, planning and targets of the project, as well as introduces the contents of the final graphic instructions manual. The result of this thesis is visually attractive book – graphic instructions manual, which presents all the necessary rules of visual elements, as well as models of various communication applications.

The targets of the thesis were achieved and based on the feedback instructions manual is successful. The graphic instructions manual introduces visual image broadly and communication planning easier in the future. In addition, the graphic instruction manual is a useful tool and memory support for communication employees. If necessary, the graphic instruction manual can be an introduction tool. The electronic version of graphic instruction manual is easy to update and share to others.

## KEYWORDS:

Visuality, visual communication, graphic design, graphic instructions manual, instructions

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 VITOSTAPAHTUMAT</b>	<b>7</b>
<b>3 VISUAALISEN ILMEEN JOHTAMINEN</b>	<b>9</b>
3.1 Visuaalinen ilme	9
3.2 Graafinen ohjeisto	13
<b>4 GRAAFISEN OHJEISTON LAATIMINEN</b>	<b>15</b>
4.1 Taustaa	15
4.2 Suunnittelu ja tavoitteet	16
4.3 Ohjeiston sisältö	18
<b>5 ANALYSOINTI &amp; ARVIOINTI</b>	<b>22</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>28</b>
<b>LIITTEET</b>	
Graafinen ohjeisto	
<b>KUVIOT</b>	
Kuvio 1. (NABC-malli)	

# 1 JOHDANTO

Tässä portfolio-opinnäytetyössä tavoitteenani on laatia Vitostapahtumien graafinen ohjeisto, jonka avulla luodaan johdonmukaista, yhtenäistä ja tunnistettavaa viestintää. Opinnäytetyöni rajautuu pääasiallisesti naisille suunnattuihin tapahtumiin eli Kuntovitoseen, Viiden Tähten Risteilyyn sekä 10 Pisteen Piknik-risteilyyn, koska niiden visuaalinen ilme on yhtenäinen ja täysin omaa käsialaani. Lasten tapahtumien eli niin sanottujen Ipanatapahtumien ilme on erilainen ja on selkeyden vuoksi rajattu opinnäytetyöni ulkopuolelle. Tapahtumille laaditun ohjeiston tarkoituksena on koota yhteen visuaalisen ilmeen keskeisimpiä elementtejä, luoda niiden käyttöön liittyvät säännöt sekä esitellä mallit erilaisista viestinnän sovelluksista.

Syksyllä 2013 toteutin Kuntovitosen, Viiden Tähten Risteilyn sekä 10 Pisteen Piknik-risteilyn ilmeuudistuksen. Syksyllä 2014 tapahtumien toiminta laajentui, jolloin valikoimiin tuli myös lapsille suunnattuja tapahtumia. Tällöin perustettiin yritys nimeltään Vitostapahtumat, jolle luotiin myös oma visuaalinen ilme.

Uudistusten myötä tapahtumien visuaalinen ilme on kehittynyt ja muovautunut vähitellen lopulliseen ja toimivaan muotoonsa. Omat graafisen suunnittelijan taitoni ovat kehittyneet paljon, ja näin ollen visuaalinen ilme on myös parantunut. Lopullisen ja toimivan visuaalisen ilmeen myötä halusin koota kaikki tärkeimmät visuaaliset elementit yhteen ja laatia niiden käyttöön tarkat säännöt. Tulevaisuuden kannalta on tärkeää, että yhtenäinen visuaalinen linja säilyy myös omassa työskentelyssäni. Tästä syystä halusin luoda Vitostapahtumille graafisen ohjeiston. Päätös ohjeiston laatimisesta antoi minulle idean tähän portfolio-opinnäytetyöhön.

Opinnäytetyöni toisessa luvussa kerron lyhyesti Vitostapahtumat-yrityksestä ja sen alla toimivista tapahtumista. Lisäksi esittelen tarkemmin naisten tapahtumat ja kuvailen niiden sisältöä, tavoitteita sekä kohderyhmää. Lähteenä on Vitostapahtumien tapahtumajohtaja Sanni Rostedin haastattelu (27.4.2015) sekä Vitostapahtumien www-sivut.

Kolmannessa luvussa, eli opinnäytetyöni teoriaosassa, kerron lyhyesti visuaalisesta ilmeestä ja sen keskeisistä elementeistä. Lisäksi kuvailen graafisen ohjeiston ominaisuuksia ja tavoitteita yleisellä tasolla. Teoriaosa johdattelee lukijaa graafisen ohjeiston laatimisprosessiin, minkä avulla lukija saa käsityksen siitä, mitä graafinen ohjeisto tarkoittaa ja miten visuaalinen ilme siihen liittyy. Teoriaosa on lyhyt, koska opinnäytetyöni tärkein osa on graafinen ohjeisto. Teorian lähteinä olen käyttänyt visuaalista viestintää ja graafista suunnittelua käsitteleviä kirjoja sekä aiheeseen liittyviä verkkolähteitä ja muita graafisia ohjeistoja.

Opinnäytetyöni neljännessä luvussa kuvailen Vitostapahtumien graafisen ohjeiston laatimisprosessia. Kerron prosessin taustasta, suunnittelusta ja tavoitteista sekä kuvailen valmiin ohjeiston sisältöä. Prosessin lopputuloksena eli raportin liitteeksi syntyy visuaalisesti houkutteleva kooste. Se on persoonallinen graafinen ohjeisto, joka toimii Vitostapahtumien visuaalisen ilmeen johtamisen konkreettisena työkaluna.

Viimeisessä luvussa kokoan yhteen opinnäytetyöni osia ja arvioin laatimaani Vitostapahtumien graafista ohjeistoa. Kerron saamastani palautteesta, kuvaan omaa oppimistani prosessin aikana sekä analysoin valmista ohjeistoa ja sen ominaisuuksia. Arvioin lisäksi tavoitteiden saavuttamista ja kerron mahdollisista tulevaisuuden kehityskohteista.

## 2 VITOSTAPAHTUMAT

Vitostapahtumat on yritys, joka järjestää vuosittain erilaisia liikunta- ja hyvinvointitapahtumia koko perheelle. Se pyrkii järjestämään monipuolisia tapahtumia kaikenlaisille ja kaikenikäisille ihmisille. Tapahtumien taustalla ovat suuret talokkajoukot ja tunnettu urheiluseura. Yrityksen tuotoilla tuetaan Turun Urheiluliiton lasten ja nuorten harrastustoimintaa. Perinteisestä yrityksestä Vitostapahtumat poikkeaa melkoisesti, sillä arvot ja omistajaseuran harrastetoiminnan tukeminen ovat liiketoiminnan motivaatiotekijät. Vitostapahtumat ei siis tavoittele vain maksimaalista voittoa vaan toiminta on paljon muutakin. (Rostedt, 27.4.2015.)

Tällä hetkellä ensisijaisesti naisille järjestettäviä tapahtumia ovat Viiden Tähten Risteily, Kuntovitonen sekä 10 Pisteen Piknik-risteily. Tapahtumien kohderyhmänä ovat liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneet 15–75 -vuotiaat naiset. Tapahtumien tavoitteena on välittää liikunnan iloa, korostaa yhdessä tekemistä sekä edistää terveyttä ja hyvinvointia. (Rostedt, 27.4.2015.)

Kuntovitonen kuuluu Varsinais-Suomen suurimpien liikuntatapahtumien joukkoon, ja se järjestetään vuosittain toukokuussa Turun Urheilupuistossa. Eripi-  
tuisten lenkkien lisäksi tapahtumassa on erilaista ohjelmatarjontaa sekä messu-  
alue. Osallistujat saavat lisäksi itselleen teknisen treenipaidan sekä monipuoli-  
sen eväs- ja tuotekassin. (Kuntovitonen 2015a.) Kuntovitonen on energinen,  
iloinen, rento, sosiaalinen ja perinteikäs turkulainen liikuntatapahtuma, jossa ei  
kilpailla. Tapahtumaan on helppo tulla, koska osallistumistapoja ja tarjontaa löy-  
tyy jokaiselle. (Rostedt, 27.4.2015.)

Viiden Tähten Risteily järjestetään varhain keväällä, ja 10 Pisteen Piknik-risteily  
toteutetaan syksyllä. Risteilyillä on tarjolla viihdyttävää ohjelmaa, herkullisia tar-  
joiluja, rentouttavia hemmotteluhoitoja, monipuolisia jumppatunteja, mielenkiin-  
toisia hyvinvointiluentoja sekä pieni messualue. (Kuntovitonen 2015b, Kuntovi-  
tonen 2015c.) Risteilylle voi lähteä esimerkiksi ystäväporukan kesken, jolloin  
naiset saavat pienen irtioton arjestaan. Risteilyllä pääsee rentoutumaan ja

jumppaamaan, kuuntelemaan luentoja sekä tutustumaan uusiin tuotteisiin. (Rostedt, 27.4.2015.)

Muita Vitostapahtumia ovat tällä hetkellä Ipanatapahtumat, joihin toistaiseksi lukeutuu Ipanapeuhut, Ipanahipat, Ipanadisko sekä Ipanaristeily. Ipanatapah-  
tumien tavoitteena on tarjota kulttuuria, liikuntaa, esityksiä ja elämyksiä sekä antaa tärkeää tietoa lapsiperheille. Tapahtumilla pyritään välittämään liikunnan riemua sekä tarjoamaan ikimuistoisia perheen yhteisiä kokemuksia niin lapsille kuin aikuisillekin. (Rostedt, 27.4.2015.)

Tulevaisuudessa Vitostapahtumien tavoitteena on pyörittää naisten- ja Ipanata-  
pahtumien lisäksi kolmea muuta tapahtumakokonaisuutta. Tällöin erilaisille  
kohderyhmille suunnattuja tapahtumakokonaisuuksia olisi yhteensä viisi ja näin  
ollen Vitostapahtumat olisi entistä monipuolisempi tapahtumatuottaja. (Rostedt,  
27.4.2015.)



### 3 VISUAALISEN ILMEEN JOHTAMINEN

Tässä teorialuvussa kerron lyhyesti visuaalisesta ilmeestä ja sen keskeisistä elementeistä. Lisäksi kerron visuaalisen ilmeen johtamisen työkalusta – graafisesta ohjeistosta. Kuvailen ohjeiston tärkeimpiä ominaisuuksia ja tavoitteita yleisellä tasolla. Luvun tarkoituksena on selventää, mistä visuaalinen ilme muodostuu ja mistä graafisessa ohjeistossa on kysymys.

#### 3.1 Visuaalinen ilme

Visuaalisen ilmeen tunnistetekijöitä ovat muun muassa selkeä logo, tuttu liike-merkki, yhtenäinen värimaailma, tietty typografia, persoonallinen kuvitus, tunnistettava henkilö tai hahmo, muotokieli sekä viestinnän yhtenäinen visuaalinen sommittelutapa. Yhtenäinen visuaalinen ilme sitoo yksittäiset viestinnän ja markkinoinnin toimenpiteet tunnistettavaksi kokonaisuudeksi ja tehostaa niiden viestin perille menoa. Visuaalisen ilmeen suunnittelun lähtökohtana ovat haluttu yrityskuva, toiminnan tavoitteet, kilpailukenttä, erilaiset käyttökohteet sekä valitut kohderyhmät. (Salin 2002, 71–74.)

Logo on yrityksen nimen virallinen kirjoitustapa. Liikemerkillä tarkoitetaan yritystai tuotetunnuksen kuvallista eli visuaalista osuutta. Liikemerkillä on usein kaksi eri ulottuvuutta: sanomasisältö ja visuaalinen muoto. Sanomasisältö on yrityksen nimi tai sitä symboloiva sana. Visuaalinen muoto voi koostua esimerkiksi kirjaimista, numeroista, piirroskuvista tai niiden yhdistelmistä. Hyvin suunniteltu logo ja liikemerkki toimivat sekä yhdessä että toisistaan erillään. Yrityksen varsinainen tunnus voi muodostua pelkästä logosta tai liikemerkistä ja logon yhdistelmästä sekä näiden erilaisista sovelluksista. Esimerkiksi Artek, IBM, Fazer ja Coca Cola käyttävät tunnuksenaan ainoastaan logoa, mutta Applen tunnuksena esiintyy usein pelkkä liikemerkki. (Loiri & Juholin 2002, 130–131; Myllyaho 2015.)

Visuaalisen ilmeen elementtinä värien tärkeä tehtävä on herättää haluttuja tunnetiloja ja mielikuvia, erottaa yritys kilpailijoistaan sekä toimia tunnistamisen apuna. Värien erilaiset yhdistelmät, harmonia sekä kylmien ja lämpimien värien käytön vaihtelut luovat kontrastia visuaaliseen ilmeeseen. Värien käytön johdonmukaisuus ja niiden käyttötapa erilaisissa sovelluksissa ratkaisee sen, tuleeeko väristä voimakas tunnistetekijä. Selkeintä on valita yksi tunnusväri, mutta sen rinnalle on hyvä valita muutama muukin väri luomaan vaihtelua visuaaliselle ilmeelle. Erilaiset käyttökohteet ja värijärjestelmät luovat tiettyjä rajoituksia väri-tyksen suunnittelulle. (Loiri & Juholin 2002, 114; Pohjola 2003, 135–136.)

Painotuotteissa käytetään CMYK- ja PMS-värejä. Sähköisissä materiaaleissa, kuten tietokoneen ja television ruuduissa, käytetään RGB-värejä. Näiden lisäksi tunnusväreistä on hyvä määritellä niin sanotut heksadesimaaliarvot (muotoa #000000), joita tarvitaan www-sivuja tehdessä. CMYK tarkoittaa nelivärijärjestelmää, ja se on lyhenne englanninkielisistä värejä tarkoittavista sanoista cyan (sininen), magenta (punainen), yellow (keltainen) sekä key (tehostevärinä toimiva musta). RGB on kolmivärijärjestelmä, jossa värejä muodostetaan yhdistelemällä punaista, vihreää ja sinistä. RGB on lyhenne englanninkielisistä sanoista red, green ja blue. PMS-väreillä (Pantone Matching System) tarkoitetaan spottivärejä ja erilaisille painopinnoille on olemassa omat Pantone-värinsä. PMS-värejä käytetään silloin, kun ei ole kyse neliväripainatuksesta, vaan painojälki toteutetaan yhdellä, kahdella tai kolmella värillä. (Loiri & Juholin 1998, 188, 213; Toikkanen 2003, 42, 112; Kainulainen & Åberg 2004, 90.)

Typografia tarkoittaa tekstin, kirjasintyyppin, kirjainten asettelun sekä väri-tyksen suunnittelua ja sommittelua. Typografia antaa kirjoitetulle tekstille halutun visuaalisen muodon ja sen tavoitteena on helpottaa viestin oikeanlaista välittymistä vastaanottajalle. Kirjasintyyppien eli fonttien valinta on yksi tärkeä osa visuaalista ilmettä. Valittujen kirjasintyyppien tulisi toimia monessa eri koossa, erilaisissa yhteyksissä sekä eri väreissä. Typografiassa vaihtelua synnyttävät muun muassa erilaiset koot ja kirjasinmuodot, vahvuus eli lihavuus, erilaiset korostukset kuten kursiivi sekä eri värien käyttö. Lisäksi rytmitystä säätelevät merkki-, sana- ja riviväli sekä kirjainten kaventaminen tai leventäminen. Onnistunut typografia

on helppolukuista ja houkuttelee vastaanottajaa perehtymään aiheeseen enemmän. Visuaalisissa julkaisuissa typografia ja kuvat tukevat toisiaan, ja parhaimmillaan ne ovat ikään kuin vuorovaikutuksessa keskenään. (Loiri & Juholin 2002, 32–34; Salin 2002, 79; Itkonen 2007, 77–78, 88–90, 114; Graafinen 2015a.)

Kuvituksen tavoitteena on pysäyttää lukija, herättää mielenkiintoa ja luoda oikeanlaista tunnelmaa kuvituksen aihetta kohtaan. Kuvituskuva elävöittää, havainnollistaa, korostaa, tiivistää, täydentää ja selkeyttää informaatiota. Haluttu viesti saadaan usein parhaiten perille tekstin ja kuvan yhdistelmällä. Erilaiset graafiset elementit ja kuvat jäsentävät visuaalista ilmettä, luovat persoonallisuutta sekä toimivat usein hyvänä tehokeinona. Yhtenäisen visuaalisen ilmeen kannalta on tärkeää, että kuvitus on johdonmukaista ja yhtenäistä. Kuvien tietty rajaustapa voi toimia kuvia yhdistävänä periaatteena. Tietynlainen kuvakulma, etäisyys, valaistus sekä värimaailma luovat myös yhtenäisyyttä erilaisille kuville. (Loiri & Juholin 2002, 52–55; Pohjola 2003, 139 & 190; Graafinen 2015b.)

Visuaalisen ilmeen muotokieli syntyy erilaisista kuvioista, ympyröistä, kolmioista, neliöistä, viivoista sekä vaaka- tai pystylinjoista. Tietyn muodon ja värin yhdistelmät luovat vahvoja mielikuvia visuaaliselle ilmeelle. Pohjolan (2003, 138) mukaan muotokielen ilmaisulliseen voimaan vaikuttavat muun muassa viivojen kulmikkuus, pyöreys, paksuusvaihtelut, jatkuvuus ja katkonaisuus, piirtotekniikka sekä etenemistapa ja -suunta. Muotokieli voi perustua myös tiettyjen muotojen yhdistämiselle, ja visuaalisen ilmeen valittu muotokieli toistuu kaikilla eri sovellusalueilla.

Sommittelulla pyritään luomaan hallittu ja esteettinen kokonaisuus sekä järjestämään visuaaliset elementit siten, että ne opastavat silmän liikkeitä. Katse pyritään ohjaamaan johdonmukaisesti ylhäältä alas, vasemmalta oikealle, isoista objekteista pieniin, kirkkaista väreistä haaleisiin sekä epäsäännöllisistä muodoista säännöllisiin muotoihin. Sommittelu voi olla esimerkiksi symmetristä tai epäsymmetristä, suljettua tai avointa, levollista tai levotonta sekä raskasta tai ilmavaa. Kuvien asettelu ja muoto, tekstin ja kuvien määrä, typografia sekä objektien sommittelu ovat visuaalisuuden hallitsevimpia tekijöitä. Sommittelun

kannalta vasen puoli on usein tehokkaampi kuin oikea, koska katsojan silmä pyrkii lukemaan viestiä aina vasemmalta oikealle. Muista elementeistä erilleen sijoitettu kohde on usein voimakkaampi kuin ryhmässä oleva. Painottamisella ja korostamisella tuodaan tärkeitä kohteita esille. Lopullinen sommitelma syntyy aina suunnittelijan omista havainnoista ja tavasta selittää ne visuaalisesti. Tämän takia sommittelussa ei ole olemassa yleisiä tai loogisia sääntöjä. Tärkeintä on huomioida painotuotteen tarkoitus, tehokkuus sekä toimivuus. On huolehdittava, että tärkeät ja oleelliset asiat nousevat riittävän hyvin esille, jolloin painotuotteen tavoite täyttyisi mahdollisimman hyvin. (Loiri & Juholin 2002, 62–63; Huovila 2006, 56; Pohjola 2003, 126–127, 185.)

Visuaalisen ilmeen arvioinnissa keskeisiä tekijöitä ovat erottuvuus sekä haluttujen mielikuvien välittäminen. Visuaalisen ilmeen tulisi olla persoonallista ja tunnistettavaa kaikissa tilanteissa. Värien, tunnusten ja graafisten elementtien muotoilun tulee olla sellaista, jota pystytään teknisesti toteuttamaan kaikilla sovellusalueilla. Visuaalinen laatu näkyy yksityiskohtien viimeistelyssä sekä sommittelun ja värien tehokkaassa hyödyntämisessä. (Pohjola 2003, 146–150.)

Visuaalinen ilme näkyy vahvasti kaikissa viestinnän tuotoksissa kuten käyntikortteissa, lomakkeissa, mainoksissa, esitteissä, www-sivuilla, toimitiloissa, tuotepakkauksissa, messuständeillä sekä opasteissa. Hyvä visuaalinen ilme luo yritykselle arvokasta tunnettuutta ja auttaa erottumaan kilpailijoista. Persoonallinen, laadukas, selkeä ja yhtenäinen ilme jää mieleen, tukee haluttua liikeideaa ja huomioi kohderyhmän. Hyvin suunniteltu visuaalinen ilme kestää aikaa ja tulee aikanaan tutuksi kohderyhmälle. Halutun visuaalisen ilmeen esille tuomisessa ja sen noudattamisessa on apuna yrityksen graafinen ohjeisto. Ohjeisto toimii visuaalisen ilmeen johtamisen konkreettisena työkaluna sekä auttaa luomaan johdonmukaista ja tunnistettavaa viestintää.

## 3.2 Graafinen ohjeisto

Yrityksen visuaalinen ilme eli niin sanottu talotyyli määritellään graafisessa ohjeistossa. Se on yritysilmekäsikirja, joka kertoo, miten haluttua visuaalista ilmettä toteutetaan viestinnän eri osa-alueilla. Ohjeisto määrittelee tarkasti yrityksen logon ja liikemerkin, käytetyt kirjaintyypit eli typografian, tunnusvärit, kuvitukset sekä niiden käytön erilaisissa tilanteissa. Lisäksi ohjeisto sisältää mallit ja ohjeet erilaisista viestinnän sovelluksista kuten lomakepohjista, kirjekuorista, käyntikortteista sekä mainoksista. (Loiri & Juholin 1998, 139; Siukosaari 1999, 217.)

Graafinen ohjeisto voi olla suppea tai laaja riippuen yrityksen koosta. Tärkeintä on, että se sisältää kaikki olennaiset linjaukset yhtenäisen visuaalisen ilmeen toteuttamiseen. Maailmanlaajuisesti toimiva yritys tarvitsee usein kattavampaa ohjeistoa kuin pieni kotimaassa toimiva organisaatio. (Loiri & Juholin 1998, 139; Pohjola 2003, 152.)

Ohjeistuksen ensisijaisena kohderyhmänä ovat yrityksen henkilökunta sekä yhteistyökumppanit. Sähköinen graafinen ohjeistus mahdollistaa sen jakamisen helposti eri käyttäjille. Oma henkilökunta tarvitsee ohjeistusta erilaisten viestinnän sovellusten tuottamiseen. Alihankkijat ja yhteistyökumppanit tarvitsevat ohjeistosta lähinnä valmiita tiedostoja sekä sääntöjä niiden käyttöön. Graafinen ohjeisto toimii myös hyvänä työhön perehdyttämisen välineenä ja takaa yhtenäisen visuaalisen linjan säilymisen, vaikka viestinnän työntekijä vaihtuisikin. (Pohjola 2003, 152.)

Graafisen ohjeiston tarkoituksena on helpottaa visuaalisen ilmeen soveltamista ja antaa siihen tarvittavia työkaluja. Ohjeistoon on tärkeä määritellä tiettyjä sääntöjä, mutta se ei saa olla liian sitova tai luovuutta kahlitseva. Laaja ohjeisto on tavalliselle työntekijälle usein vaikeasti luettava ja tekninen opas. Se ei yleensä ole riittävän käytännöllinen eikä käyttäjä löydä sieltä helposti ratkaisua ongelmaansa. Tällöin tunnollinenkin työntekijä jättää vähitellen vaikealukuisen ohjeiston sivuun ja hoitaa asiat omalla tyyllillään. Jotta ohjeisto sitouttaisi kohderyhmiä sen käyttöön, on sen annettava muutakin tietoa kuin vain ohjeet ele-

menttien tekniseen toteutukseen. On tärkeää kertoa, miksi on hyvä toimia annettujen ohjeiden mukaisesti ja mihin ohjeiston noudattamisella pyritään. (Loiri & Juholin 1998, 140; Pohjola 2003, 153.)

Eri elementtien ohjeistuksessa voidaan hyödyntää neljää eri tasoa; tavoitetaso perustuu haluttuun yritysmielikuvaan, visuaalinen taso kertoo tavoitetason sekä visuaalisuuden yhteyksistä, kuvaileva taso perustuu sovellusten visuaalisten elementtien kuvaamiseen ja tekninen taso kertoo yksiselitteiset toteutusohjeet. (Pohjola 2003, 154.)

Graafisen ohjeiston avulla pystytään hyvin myös valvomaan visuaalisen ilmeen toteutumista viestinnän eri osa-alueilla. Ohjeiston toimivuutta testataan jatkuvasti, kunnes se on omaksuttu osaksi yrityksen toimintaa. Uusien viestinnän keinojen myötä ohjeistoa päivitetään ja muokataan, jotta se sisältäisi kaikki ne sovellukset, joissa visuaalista ilmettä toteutetaan. (Salin 2002, 81–82.)

## 4 GRAAFISEN OHJEISTON LAATIMINEN

Tämän luvun tarkoituksena on kuvata Vitostapahtumien graafisen ohjeiston laatimisprosessia. Kerron prosessin taustasta, suunnittelusta sekä sen tavoitteista. Lisäksi kuvailen prosessin lopputulosta eli valmista graafista ohjeistoa, johon olen koonnut suunnittelemani visuaalisen ilmeen keskeiset elementit ja määritellyt niiden käytön säännöt. Ohjeistossa olen lisäksi esitellyt mallit tapahtumien erilaisista viestinnän sovelluksista

### 4.1 Taustaa

Toteutin Kuntovitosen, Viiden Tähtien Risteilyn sekä 10 Pisteen Piknik-risteilyn ilmeuudistuksen syksyllä 2013. Projektijohtajan vaihtumisen jälkeen suunnittelin tapahtumille uudet logot, värimaailman, typografian sekä kuvituksen erilaisiin viestinnän materiaaleihin. Olin tuolloin vielä melko kokematon graafinen suunnittelija, ja moni asia oli minulle vierasta. Sain suunnitella uuden ilmeen täysin itse, mutta tukea siihen antoivat muun muassa tapahtumajohtaja *Sanni Rostedt* sekä tiedottaja *Anna Koivisto* Viestintätoimisto Telegraafi Oy:stä. Ilmeuudistus piti toteuttaa melko nopealla aikataululla, minkä takia jouduin toisinaan tekemään liian hätäisiä ratkaisuja.

Tapahtumien uutta visuaalista ilmettä toteutettiin ensimmäisen kerran vuoden 2014 aikana. Uudistunut ilme sai positiivista palautetta, mutta kehitettävääkin jäi. Suurten visuaalisten muutosten lisäksi samana vuonna kokeiltiin myös muita uudistuksia tapahtumiin liittyen. Vuotta 2014 voidaankin pitää tietyntylaisena kokeiluvuotena, jolloin testattiin mitkä asiat toimivat ja mitkä eivät.

Kokeiluvuoden jälkeen en ollut täysin tyytyväinen suunnittelemaani visuaaliseen ilmeeseen ja huomasin, että yhtenäinen linja ei aivan säilynyt tapahtumien kaikissa materiaaleissa. Tämän vuoksi kokonaisuus jäi omasta mielestäni hieman sekavaksi ja pirstaleiseksi. Vuoden aikana omat taitoni olivat kehittyneet paljon

ja tiesin paremmin, mitkä asiat toimivat ja mitä asioita ei kannata tehdä. Havaintojen jälkeen halusin kehittää itseäni ja muokata ilmettä entistä paremmaksi.

Syksyllä 2014 tapahtumien toiminta laajentui, jolloin perustettiin yritys nimeltään Vitostapahtumat. Tällöin myös Vitostapahtumille piti luoda oma visuaalinen ilme. Ilmeen piti olla yksinkertainen, jotta se sopisi yhteen kaikkien eri tapahtumien visuaalisen ilmeen kanssa. Jatkossa kaikki tapahtumat tulisivat pyörimään Vitostapahtumat-yrityksen alla ja ensisijaisesti naisille suunnattuja tapahtumia olisivat Kuntovitonon, Viiden Tähten Risteily sekä 10 Pistein Piknik-risteily.

Toiminnan laajentumisen myötä loin Vitostapahtumat-yritykselle tyylikkään ja pelkistetyn visuaalisen ilmeen, johon olin tyytyväinen. Samalla muokkasin kaikkien sen alla toimivien naisten tapahtumien visuaalista ilmettä aikaisempaa paremmaksi. Karsin turhia asioita pois ja yksinkertaistin ilmettä entisestään. Huomasin, että pienillä muutoksilla tapahtumien ilme saatiin aikaisempaa paremmaksi, selkeämmäksi ja yhtenäisemmäksi. Jätin jäljelle vain oleellimmat ja toimivimmat elementit. Muutosten jälkeen koko Vitostapahtumien sekä Kuntovitonon, Viiden Tähten Risteilyn ja 10 Pistein Piknik-risteilyn visuaalinen ilme muovautui lopulliseen muotoonsa vuoden 2014 lopulla.

Lopullisen ja toimivan visuaalisen ilmeen myötä halusin koota kaikki visuaaliset elementit yhteen ja laatia niiden käyttöön tarkat säännöt. Tulevaisuutta ajatellen olisi tärkeää, että tapahtumien visuaalinen ilme pysyisi yhtenäisenä ja toisi näin lisää tunnettuutta. Tästä syystä koin graafisen ohjeiston tekemisen todella ajankohtaiseksi ja tarpeelliseksi.

## 4.2 Suunnittelu ja tavoitteet

Suunnittelun alkuvaiheessa tutustuin huolellisesti muihin graafisiin ohjeistoihin. Katsoin mallia niiden erilaisista toteutustavoista ja lähdin hahmottelemaan Vitostapahtumien graafista ohjeistoa. Kokosin yhteen juuri Vitostapahtumille ominaisia graafisia elementtejä ja niitä sovelluksia, jotka olisi hyvä tuoda ohjeistossa esille. Päätin keskittyä nimenomaan naisten tapahtumiin eli Kuntovitoseen,



Viiden Tähtien Risteilyyn sekä 10 Pisteiden Piknik-risteilyyn, koska niiden visuaalinen ilme on yhtenäinen ja täysin omaa käsialaani. Lasten, eli niin sanottujen Ipanatapahtumien ilme on erilainen ja selkeyden vuoksi se oli parempi rajata tästä pois.

Graafinen ohjeisto on usein vaikealukuinen, tekninen ja hieman tylsä pdf-tiedosto, jonka säännöt rajoittavat liikaa luovuutta eivätkä anna riittävän selkeää kuvaa valmiista viestinnän tuotoksista. Tällöin vaarana on se, että tunnollinenkin työntekijä poikkeaa säännöistä eikä näe ohjeistoa hyödyllisenä työskentelyn apuvälineenä. Tästä syystä halusin luoda naisten tapahtumille mahdollisimman selkeän, helposti luettavan ja houkuttelevan graafisen ohjeiston. Pyrin siihen, että ohjeisto esittelisi tapahtumien visuaalista ilmettä mielenkiintoisella tavalla. Haasteeksi nousivat toimivien ja hyödyllisten sääntöjen laatiminen sekä niiden esitleminen ymmärrettävällä tavalla. Lisäksi lukuisten viestinnän sovelluskohteiden esille tuominen tuli suunnitella huolellisesti. Materiaalia oli paljon ja visuaaliset elementit tuli järjestellä johdonmukaisesti ohjeistoon. Sääntöjen ja elementtien toimivuutta tuli testata, ennen kuin lopullinen ohjeisto muodostui.

Tavoitteenani oli luoda ohjeisto, joka toimisi paitsi Vitostapahtumien mutta myös oman työskentelyni tukena tulevaisuudessa. Uusia viestinnän materiaaleja tehtäessä tai työntekijän vaihtuessa halusin olla varma siitä, että yhtenäinen visuaalinen linja säilyy. Toimivan ja hyödyllisen ohjeiston avulla työskentely olisi tehokkaampaa ja laadukkaampaa. Lisäksi tärkeä tavoitteeni oli omien taitojeni kehittäminen. Pyrin siihen, että ohjeiston laatiminen olisi oman urani kannalta näyttävä, asiantunteva ja merkittävä taittotyö. Halusin luoda siitä persoonallisen, mielenkiintoisen, houkuttelevan ja uniikin kirjan, jossa myös omat visuaaliset taitoni tulisivat hienosti esille.

Ensin kävin läpi vanhoja naisten tapahtumiin liittyviä viestinnän materiaaleja ja mietin, mitkä asiat olisivat olennaisia juuri graafisessa ohjeistossa. Kokosin yhteen kaikki ajankohtaiset, toimivat ja tunnettuutta lisäävät visuaalisen ilmeen elementit. Vähitellen ohjeiston sisältö ja laajuus alkoivat hahmottua. Ohjeiston tulisi sisältää kaikkien tapahtumien tunnuksia, logot ja liikemerkit sekä säännöt niiden käytöstä. Näiden lisäksi slogan, värit, typografia sekä kuvitus tulisi määri-

tellä ohjeistossa. Laajin osuus ohjeistossa olisi erilaisten sovellusten esille tuominen. Varsinkin Kuntovitosen visuaalinen ilme näkyy laajasti monessa eri viestinnän ratkaisussa, joten mallit niiden toteutuksesta kuuluisivat olennaisena osana tähän ohjeistoon. Selkeät ja isot kuvat erilaisista sovelluksista auttaisivat lukijaa hahmottamaan parhaiten visuaalisen ilmeen valmiita kokonaisuuksia ja elementtien haluttua sommittelutapaa.

Sisällön suunnittelun jälkeen kokeilin erilaisia koko- ja muotovaihtoehtoja. Hahmottelin ensin pyöreänmuotoista ratkaisua, mutta se osoittautui liian ahtaaksi ja epäkäytännölliseksi. Päädyin lopulta A4-kokoiseen vaakasuuntaiseen ohjeistoon, koska siinä sivuille mahtui riittävästi materiaalia. Vaakasuuntainen ratkaisu miellytti minua, koska tällöin sain kuvat ja tekstit mahtumaan vierekkäin. Suunnitteluvaiheessa huomasin, että ohjeistoon tulevaa materiaalia oli paljon ja sivumäärä melko suuri. Tällöin pyrin siihen, että ohjeiston yleisilme ja elementtien sijoittelutapa olisi mahdollisimman ilmava, jotta sen lukeminen olisi miellyttävää ja helppoa. Painetusta ohjeistosta muodostuu hieno kirja, mutta ohjeisto toimii hyvin myös sähköisessä muodossa pdf-tiedostona, jolloin sen päivittäminen ja välittäminen muille on helpompaa.

Tavoitteenani oli, että graafinen ohjeisto toteuttaa myös itse itseään. Tällöin päädyin siihen, että sen ulkoasu olisi Vitostapahtumat-yrityksen mukainen. Suunnittelutyön tuloksena hahmottelin tyylikkään, pelkistetyn ja yksinkertaisen ulkoasun ohjeistolle. Pääväriksi valitsin mustan, ja Vitostapahtumien visuaalisen ilmeen elementit toistuvat kirjan sivupohjissa, otsikoissa sekä sivunumeroissa. Pelkistetyn ja mustan kokonaisuuden rinnalle väriä tuovat erilaiset tapahtumien ilmettä havainnollistavat kuvat.

### 4.3 Ohjeiston sisältö

Ohjeiston alusta löytyvät esipuhe sekä sisällysluettelo. Lyhyt esipuhe kertoo lukijalle ohjeiston sisällöstä ja sen tarkoituksesta. Esipuheen avulla lukija ymmärtää paremmin, mihin ohjeiston noudattamisella pyritään ja miksi sitä on tär-

keä noudattaa. Sisällysluettelosta näkee nopeasti koko ohjeiston sisällön sivunumeroineen. Näin lukija löytää helposti, miltä sivulta tietyt ohjeet ja mallit löytyvät. Hyvin suunniteltu ja hallittu yleisilme tekee ohjeistosta selkeän ja helppolu-  
kuisen. Ohjeisto sisältää runsaasti kuvia ja tekstien vierestä löytyy nuolia, jotka auttavat lukijaa ymmärtämään ohjeita paremmin. Ohjetekstit ovat lyhyitä, jotta tarvittavat tiedot löytyisivät mahdollisimman nopeasti ja vaivattomasti. Visuaalisten elementtien kohdalla on Pohjolan (2003) tavoin hyödynnetty ohjeistamisen eri tasoja, joista puhuin opinnäytetyöni teorialuvussa. Näin ollen ohjeisto sisältää tarkkojen sääntöjen lisäksi myös muita tietoja ja havainnollistavia kuvia, minkä vuoksi ohjeisto antaa lukijalle mielenkiintoista lisätietoa ja sitouttaa noudattamaan ohjeita paremmin.

Ensimmäisenä graafisessa ohjeistossa esitellään tunnukset, logot ja liikemerkit. Ohjeistossa esitellään kunkin tunnuksen eri osat ja niille ominaiset värit. Lisäksi määritellään säännöt tunnuksen käytöstä, logon ja liikemerkin yhteydestä sekä esitellään tunnusten erilaiset versiot. Lyhyt esittely tapahtumien tunnusten sanomasta, värimaailmasta ja symboliikasta tulevat myös esille ohjeiden yhteydessä.

Tunnuksen suoja-alueella tarkoitetaan sitä aluetta, joka tulee jättää tyhjäksi tunnuksen ympärillä. Sille alueelle ei saa sijoittaa mitään graafisia elementtejä, tekstiä eikä kuvia, jotta tunnus erottuu riittävän selkeästi. Ohjeistossa tarvittaville tunnuksille on määritelty suoja-alueeksi tietty mitta, jota on helppo noudattaa tunnusta käyttäessä. Ohjeistossa määritellään myös tunnuksen minimikorkeus, joka tarkoittaa sitä korkeutta, jossa tunnuksen tulisi vähintään esiintyä. Minimikorkeuden määrittelemisen varmistaa sen, että tunnuksesta saa vielä riittävästi selvää, mikäli se esiintyy tavallista pienemmässä koossa. Minimikorkeuden alittumisen varalta on ohjeistossa määritelty myös todella pieneen kokoon soveltuva versio tunnuksesta.

Hallittu värien käyttö edellyttää tiettyjen tunnusvärien määrittelyä. Ohjeistossa on lyhyt esittely siitä, mitä kukin tunnusväri kuvastaa ja symboloi. Näin lukija ymmärtää paremmin, miksi tietyt värit korostuvat tietyissä tilanteissa. Ohjeistossa on määritelty myös värien tarkat arvot (CMYK, RGB, PMS, #000000) sekä

lyhyet ohjeet siihen, miten ja missä tilanteissa eri värejä tulee käyttää. Tiettyjen päävärien ja väriyhdistelmien avulla tapahtumat erotetaan paremmin toisistaan ja sen vuoksi värien käytön säännöt on esitelty ohjeistossa. Kuvat ohjeiden mukaisista väriyhdistelmistä havainnollistavat määriteltyjä väriohjeita.

Typografian osalta ohjeistossa on esitelty käytössä olevat kirjaintyypit eli fontit, jotka ovat merkittävä osa tapahtumien visuaalista ilmettä. Ohjeistosta löytyy myös lyhyt kuvaus valittujen fonttien ominaisuuksista. Ohjeistosta käy ilmi, missä tilanteissa kukin fontti esiintyy, mitä leikkauksia fontista käytetään ja mitä tiettyjen fonttien käytössä pitää ottaa huomioon. Ohjeistoon on määritelty myös varafontti, mikäli haluttu kirjasintyyppi ei ole jossain tilanteessa käytettävissä. Mallit valittujen fonttien ulkonäöstä sekä kuvat niiden erilaisesta käytöstä auttavat lukijaa ymmärtämään paremmin typografian visuaalisia linjauksia.

Tapahtumien visuaaliselle ilmeelle ominainen kuvitus tulee myös esille graafisessa ohjeistossa. Valokuvat, kuviot ja grafiikat on esitelty ohjeistossa ja muun muassa niiden muotoon ja väriin on määritelty säännöt. Kuvien tietty muoto ja värien käyttö luovat haluttua yhtenäisyyttä kuvitukseen. Ohjeistossa on myös lyhyt maininta siitä, mihin kyseisellä muotokielellä pyritään, mitä tietty grafiikka kuvastaa ja miksi valittua kuvitusta on hyvä noudattaa.

Lukuisten viestinnän sovellusten kohdalla parhaana ohjeistamisen keinona toimivat suuret kuvat, joista lukija näkee sommittelun, värien, typografian sekä kuvituksen oikeanlaista käyttöä ja haluttua tyyliä konkreettisessa muodossa. Ohjeistoon on koottu valmiit mallit käyntikortista, kirjepohjasta, uutiskirjeestä, powerpoint-pohjasta, asiakaslehdestä, roll-upista, flyerista, lehti-ilmoituksesta, julisteesta, tiedotteesta, sähköisestä mainosbannerista, Facebook-sivujen elementeistä, ulkomainoksista sekä lopuksi vielä mahdollisista muista viestinnän materiaaleista. Sovellusten yhteydessä on lyhyet ohjeet niiden sisällöstä, mutta tarkkoja sääntöjä erilaisten sovellusten tekemiseen ei ole tarpeellista luoda. Oleellisinta on, että mallit auttavat lukijaa ymmärtämään ohjeistossa aikaisemmin määriteltyjen visuaalisen ilmeen elementtien käyttötapoja valmiissa viestinnän materiaaleissa.

Viestinnän sovellukset esittelevät tapahtumien visuaaliselle ilmeelle ominaisia piirteitä; pyöreitä elementtejä käytetään paljon ja ne sijoitetaan usein erilaisiin rykelmiin. Houkuttelevuutta sovelluksiin tuovat muun muassa runsas kuvien käyttö, persoonallinen typografia sekä pirteät värit. Toisinaan tehokeinona käytetään kuvia julkisuuden henkilöistä, mikä luo uskottavuutta tapahtumille ja auttaa herättämään mielikuvia monipuolisesta tapahtumasta. Lähtökohtana sovellusten ulkoasussa on aina niiden tavoitteet sekä käyttöyhteys, joka toisinaan asettaa suunnittelulle tiettyjä teknisiä rajoitteita. Esimerkiksi sanomalehden ilmoitus, juliste tai ulkomainos toteutetaan teknisistä syistä hieman eri tavoin. Tärkeintä on se, että yhtenäinen visuaalinen linja silti säilyy. Sovellusten myötä ohjeisto sitoo yhteen eri elementteihin liittyvät säännöt ja esittelee halutun tyylin mukaista viestintää. Mallit auttavat myös valvomaan yhtenäisen linjan säilymistä tulevaisuudessa.

## 5 ANALYSOINTI & ARVIOINTI

Onnistunut visuaalinen ilme pohjautuu hyvin suunniteltuun tunnukseseen ja sitä kautta muiden visuaalisten elementtien rakentamiseen. Typografian, värien, muotokielen ja kuvituksen suunnittelu lähtee liikkeelle tunnuksesta ja niiden taustalla ovat yrityksen toiminta, tavoitteet, arvot ja kilpailukenttä. Eri elementtien huolellinen suunnittelu on tärkeää, jotta pystytään luomaan toimiva ja aikaa kestävä kokonaisuus. Visuaalinen ilme kertoo yrityksestä paljon enemmän kuin yksittäinen tuote tai palvelu, koska se näkyy laajasti kaikessa yrityksen viestinnässä. Nykypäivänä tunnetuksi tuleminen vaatii pitkäjänteistä, johdonmukaista ja laadukasta viestintää. Persoonallinen ja muista erottuva visuaalinen ilme jää paremmin mieleen. Onnistuessaan visuaalinen ilme nousee merkittäväksi viestinnän osatekijäksi ja on selkeä kilpailuetu.

Yhtenäisen visuaalisen linjan säilyttäminen on usein haastavaa, koska uusia viestinnän sovelluskohteita kehitetään jatkuvasti. Valittuja visuaalisia elementtejä on osattava soveltaa eri tilanteissa ilman, että kokonaisuudesta tulee sekava. Haasteita visuaalisen linjan noudattamiseen tuovat lisäksi epämääräiset tai liian tiukat säännöt tai niiden puuttuminen kokonaan. Viestinnän työntekijän vaihtuminen voi aiheuttaa sen, ettei yhtenäistä linjaa yksinkertaisesti osata noudattaa.

Visuaalisen ilmeen johtaminen vaatii yhteisten sääntöjen luomista ja työntekijöiden sitoutumista niihin. Tärkeintä on se, että työntekijät ymmärtävät ja sisäistävät ohjeet osaksi omaa työskentelyään. Ilmeen johtaminen ei onnistu ilman viestinnän asiantuntemusta ja johdonmukaista suunnittelua. Graafinen ohjeisto on tärkeä ilmeen johtamisen työkalu ja apuväline yhtenäisen linjan säilyttämiseen. Ohjeisto on tärkeä osa yrityksen viestintää, ja se pitäisi laatia jo viestinnän suunnitteluvaiheessa. Lisäksi ohjeisto on hyödyllinen apuväline paitsi viestinnän parissa työskentelevälle, mutta myös muille työntekijöille sekä yrityksen sidosryhmille.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli luoda selkeä, helposti luettava ja kattava Vitostapahtumien graafinen ohjeisto, joka sisältäisi naisten tapahtumiin liittyvät visuaa-

lisen ilmeet ohjeet ja mallit. Lisäksi tärkeä tavoitteeni oli itseni kehittäminen. En halunnut luoda perinteistä ohjeistoa, vaan osoittaa omaa asiantuntemustani houkuttelevan ohjeiston muodossa. Halusin, että laatimani ohjeisto voisi toimia tulevaisuudessa hyvänä työnäytteenä ja että se osoittaisi asiantuntemustani visuaalisen ilmeen johtamiseen liittyen. Pidin tärkeänä myös sitä, että ohjeisto toimii tulevaisuudessa paitsi Vitostapahtumien myös oman työskentelyni tukena ja sen avulla pystytään luomaan entistä laadukkaampia viestinnän materiaaleja.

Tekemässäni ohjeistossa materiaalia oli paljon, ja haastavaa oli saada elementit johdonmukaisesti järjestykseen sekä laatia niille toimivat ohjeet. Muun muassa erilaisille tunnuksille, logoille ja liikemerkeille selkeiden ohjeiden laatiminen oli toisinaan vaikeaa. Toimivien ohjeiden laatiminen vaati uusien elementtien suunnittelua ja vanhojen muokkaamista. Lisäksi ohjeita piti testata käytännössä, jotta pystyisin takaamaan niiden toimivuuden ja sitä kautta ohjeiston hyödyllisyyden. Tärkeitä elementtejä oli paljon ja niiden järjesteleminen johdonmukaisesti vaati paljon suunnittelua ja aikaa.

Muokkausten, testaamisen ja viimeistelyn jälkeen ohjeistosta muodostuu selkeä ja johdonmukainen kokonaisuus. Visuaalisen ilmeen elementit tulevat hienosti esille, ja niiden käyttöön on laadittu toimivat ohjeet. Ohjeisto etenee johdonmukaisesti yksittäisistä visuaalisista elementeistä aina valmiisiin viestinnän tuotoksiin asti. Suuret kuvat ja onnistunut ulkoasu luovat houkuttelevuutta ohjeistolle. Nuolet havainnollistavat ohjeita ja tekevät niiden lukemisesta miellyttävämpää. Visuaalisen ilmeen ohjeiden lisäksi lukija saa ohjeiston kautta tietoa myös ilmeen taustasta, sanomasta ja symboliikasta. Ohjeisto on laaja, mutta sijoittelu tapa on ilmava, eikä siitä tällöin synny raskasta vaikutelmaa. Ohjeistossa esitellään lukuisia viestinnän sovelluksia ja eri elementtien oikeanlainen käyttö tulee niiden kautta konkreettisesti esille. Valitut visuaaliset elementit ja haluttu tyyli säilyvät kaikissa viestinnän tuotoksissa. Elementeistä muodostuu johdonmukainen, tunnistettava ja persoonallinen kokonaisuus, joka kiteytyy yhteen graafisen ohjeiston muodossa.

Naisten tapahtumia pyritään järjestämään vielä useita kertoja, joten yhtenäisen linjan noudattaminen on merkittävä tunnettuuden tekijä. Varsinkin Kuntovitosen

kohdalla erilaisia viestinnän sovelluskohteita on paljon, mikä tuo haastavuutta yhtenäisen linjan säilyttämiseen. Tulevaisuuden kannalta on tärkeää, että ohjeistosta löytyy selkeät mallit erilaisista sovelluskohteista, mikä helpottaa halutun ilmeen noudattamista monessa eri tilanteessa. Tapahtumien laajentuessa ja töiden lisääntyessä myös työntekijöiden määrä kasvaa. Tällöin ohjeisto toimii hyvänä perehdyttämisen keinona, muistin apuvälineenä sekä jokapäiväisen työskentelyn tukena. Seuraavan tapahtumakauden viestintää on helpompi suunnitella, kun valmiit mallit on jo tehty ja säännöt laadittu. Ohjeisto voi toimia myös eräänlaisena leikekirjana, josta näkee mitä eri materiaaleja tapahtumien viestintään kuuluu ja mitä sisältöä niissä on. Sähköistä ohjeistoa on helppo päivittää ja myöhemmin ohjeistosta voidaan tarvittaessa tehdä uusia painoksia.

Portfolio-opinnäytetyöni teoriaosan aiheen rajaaminen tuntui aluksi haastavalta, koska visuaalinen ilme kattaa niin monia asioita. Opinnäytetyöni kannalta parhaaksi teoriaksi muodostui lopulta visuaalisen ilmeen johtamiseen liittyvä tieto. Näin ollen tutustuin visuaalisen ilmeen käsitteeseen, sen keskeisiin elementteihin sekä graafiseen ohjeistoon. Päädyin rajaamaan aiheen siten, että se tukisi parhaiten graafisen ohjeiston tekoa. Visuaalisen ilmeen elementit muodostavat ohjeiston sisällön, joten teoria oli hyvä rajata vahvasti niiden ympärille. Lisäksi itse graafiseen ohjeistoon liittyvä teoria antoi pohjaa suunnittelemalleni Vitostapahtumien ohjeistolle. Tutustuminen muihin graafisiin ohjeistoihin antoi minulle vinkkejä ja tietoja ohjeiston sisällöstä. Visuaalisen ilmeen johtaminen oli aiheena todella mielenkiintoinen, ja se tuki hyvin graafisen ohjeiston laatimisprosessia.

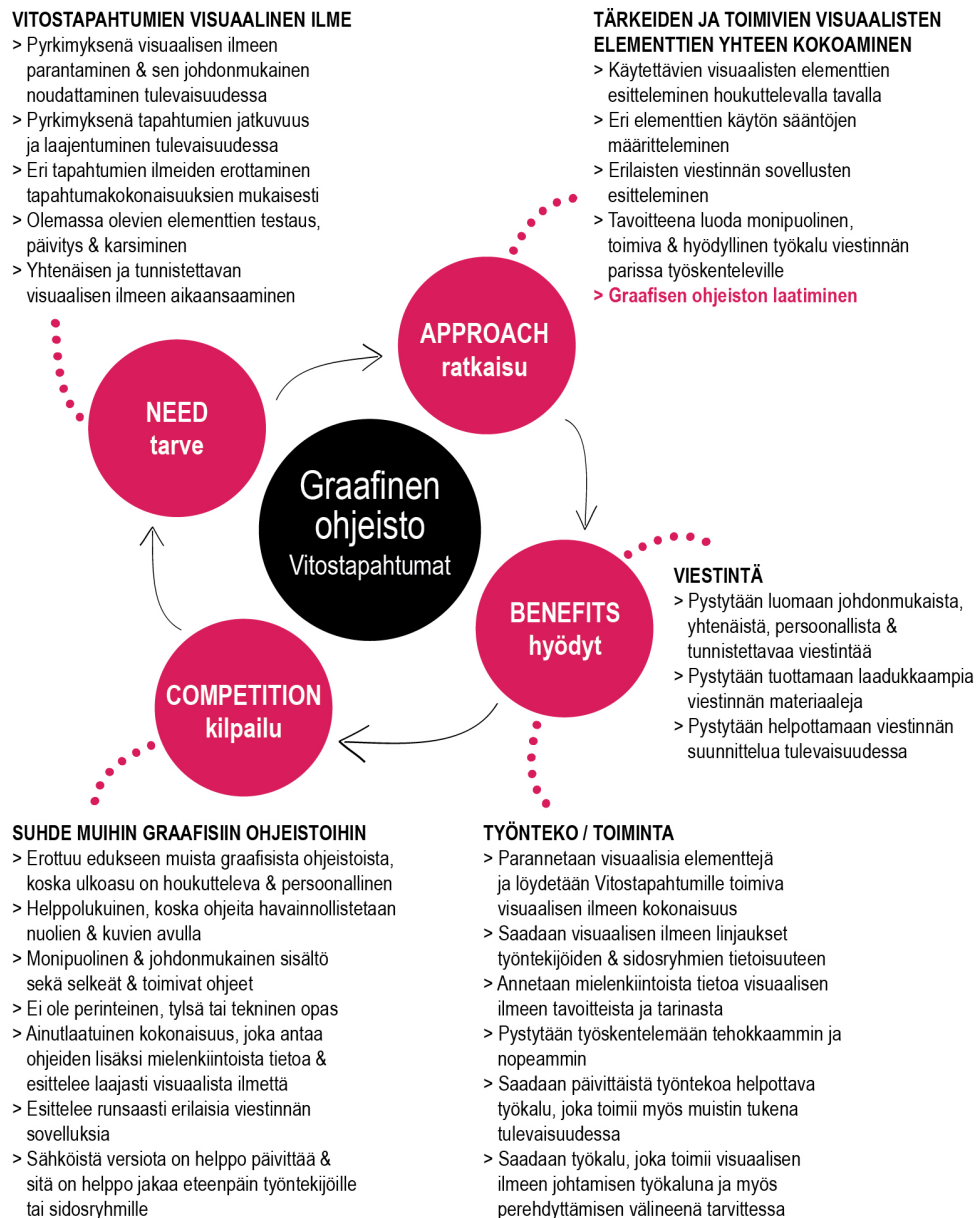
Portfolio-opinnäytetyöni kokosi hyvin yhteen omaa asiantuntemustani ja visuaalisen suunnittelutyöni tuloksia pitkältä aikaväliltä. Prosessin aikana tutustuin aiheeseen liittyvään teoriaan, jonka avulla pystyin kehittämään Vitostapahtumien visuaalista ilmettä ja kokoamaan elementit graafisen ohjeiston muotoon. Ohjeistoon liittyvät käsitteet tulivat minulle paremmin tutuksi ja sain uusia näkemyksiä ohjeiston suunnittelutyöhön. Ohjeiston laatimisprosessin aikana jouduin jatkuvasti arvioimaan ja kehittämään omaa työtäni, kun kokosin eri elementtejä ohjeistoon ja laadin niille sääntöjä.



Voin ilokseni todeta, että portfolio-opinnäytetyöni oli kokonaisuudessaan onnistunut ja sen tavoitteet täyttyivät. Laadittu ohjeisto on Vitostapahtumien näköinen, visuaalisesti houkutteleva, raikas, selkeä ja toimiva kokonaisuus. Se ei ole perinteinen ohjeisto, vaan siinä näkyy nuorekas kädenjälki ja tekijän panostus. Ohjeistosta löytyy kaikki oleellinen tieto, se on hyödyllinen ja kuvat havainnollistavat ohjeita hyvin. Ohjeistoa on esitelty Vitostapahtumien viestinnän parissa työskenteleville, ja sen sisältöä on käyty läpi työntekijöiden kesken. Vitostapahtumien projektijohtaja *Sanni Rostedtilta* saadun palautteen mukaan ohjeisto täyttää kaikki sille asetetut odotukset. Projektijohtajan mielestä ohjeisto on kattava, selkeä ja helposti noudatettava. Viestintätoimisto Telegraafin tiedottaja *Anna Koiviston* mielestä ohjeisto on hieno ja monipuolinen kokonaisuus.

Prosessin onnistumista ja sen tuloksia voidaan havainnollistaa USA:n Stanford Research Instituten kehittämällä NABC-mallilla (Kuvio 1.), joka auttaa tiivistämään idean yksinkertaiseen muotoon. Se on lyhenne sanoista need (tarve), approach (ratkaisu), benefits (hyödyt) ja competition (kilpailu). Mallissa tarve (N) ja kilpailu (C) ovat olennaisimpia ja antavat syyn itse ratkaisun (A) ja sen tuomien hyötyjen (B) arviointiin. (Oulun yliopisto 2015.)

Mallin avulla osoitetaan, mitä lisäarvoa asiakkaalle ja sidosryhmille tuotetaan sekä miten idea erottuu massasta. Tarve (N) kertoo miksi asiakas tarvitsee kyseistä ideaa, mikä on varsinainen ongelma ja kuinka merkittävää sen ratkaiseminen on. Ratkaisu (A) kertoo uudesta ideasta, jolla tarpeisiin pyritään vastaamaan. Se kertoo idean ominaisuuksista, eduista ja toiminnoista sekä osoittaa idean tarpeellisuuden ja ainutlaatuisuuden asiakkaalle. Hyödyt (B) osoittavat idean tuottaman arvon ja sen konkreettiset hyödyt asiakkaalle. Kilpailu (C) kuvaa tärkeimpiä kilpailijoita ja osoittaa, miksi kyseinen ratkaisu on parempi kuin muut olemassa olevat ideat. (Hämeen Ammattikorkeakoulu 2015, Tekes 2015.)



Kuvio 1. NABC-malli.

NABC-mallin avulla voidaan osoittaa, että ohjeiston tarve perustuu visuaalisen ilmeen parantamiseen, toimivien elementtien löytämiseen sekä niiden testaamiseen ja kehittämiseen. Lisäksi halutun visuaalisen ilmeen noudattaminen on tärkeää, jotta tapahtumakokonaisuudet erottuvat toisistaan ja niistä muodostuu johdonmukainen kokonaisuus. Ohjeiston tarve perustuu myös tapahtumien jatkuvuuteen, tunnettuuden lisäämiseen sekä viestinnän laadun parantamiseen tulevaisuudessa.

Tarpeiden myötä kootaan toimivat ja käytössä olevat visuaalisen ilmeen elementit yhteen, määritellään niiden käyttöön säännöt ja esitellään mallit erilaisista viestinnän sovelluksista. Ratkaisuna syntyy graafinen ohjeisto, jonka tavoitteena on toimia hyödyllisenä työkaluna viestinnän parissa työskenteleville sekä esitellä monipuolisesti visuaalista ilmettä.

Laaditusta ohjeistosta saatavia hyötyjä voidaan tarkastella viestinnän sekä yleisen toiminnan ja työskentelyn näkökulmasta. Ohjeiston myötä pystytään luomaan johdonmukaista persoonallista, tunnistettavaa ja laadukasta viestintää. Ohjeiston avulla helpotetaan viestinnän suunnittelua tulevaisuudessa, löydetään Vitostapahtumien visuaaliselle ilmeelle ominainen työskentelytapa sekä pystytään välittämään sitä eteenpäin työntekijöille ja sidosryhmille. Lisäksi ohjeisto tehostaa ja nopeuttaa työntekoa sekä toimii hyödyllisenä apuvälineenä ja muistin tukena. Tarvittaessa ohjeisto toimii myös hyvänä perehdyttämisen välineenä.

Kilpailutilannetta voidaan tarkastella arvioimalla ohjeistoa suhteessa muihin graafisiin ohjeistoihin. Laadittu ohjeisto erottuu edukseen houkuttelevan ja persoonallisen ulkoasun takia. Lisäksi ohjeisto on helppolukuinen, monipuolinen ja toimiva. Ohjeisto on ainutlaatuinen kokonaisuus, joka antaa ohjeiden lisäksi muutakin mielenkiintoista tietoa. Viestinnän erilaiset sovellukset tulevat laajasti esille ohjeistossa. Sähköisen ohjeiston päivittäminen ja sen jakaminen muille on helppoa.

Opinnäytetyöni avulla asiantuntemukseni visuaalisen ilmeen johtamista ja ohjeiston laatimista kohtaan kasvoivat merkittävästi, minkä vuoksi haluaisin tulevaisuudessa tehdä vastaavia töitä lisää. Visuaalisen ilmeen suunnittelu ja sen johtaminen kiinnostavat minua erittäin paljon. Graafinen ohjeisto on erinomainen apuväline yrityksille ja tulevaisuudessa haluaisin laatia niitä lisää. Yhteistyö Vitostapahtumien kanssa on kehittänyt minua paljon sekä antanut lisää kokemusta ja rohkeutta omien ideoiden toteuttamiseen. Tapahtumien laajentuessa tarvitaan varmasti vielä uusia ohjeistoja ja seuraava tarpeellinen ohjeisto voisi kin käsittää Ipanatapahtumien visuaalisen ilmeen ohjeet.

## LÄHTEET

Graafinen 2015a. Yleistä typografiasta. Viitattu 2.4.2015.

[www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/](http://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/)

Graafinen 2015b. Kuvitus. Viitattu 2.4.2015.

[www.graafinen.com/suunnittelu/kuvitus/kuvitus/](http://www.graafinen.com/suunnittelu/kuvitus/kuvitus/)

Haaga Helia. Graafinen ohjeisto. Viitattu 8.4.2015.

[http://global.haaga-helia.fi/sites/default/files/Kuvat-ja-liitteet/HAAGA-HELIasta/Viestinta/hh\\_graafohje\\_v1.pdf?userLang=fi](http://global.haaga-helia.fi/sites/default/files/Kuvat-ja-liitteet/HAAGA-HELIasta/Viestinta/hh_graafohje_v1.pdf?userLang=fi)

Huovila, T. 2006. "Look": visuaalista viestisi. Helsinki: Inforviestintä.

Hämeen Ammattikorkeakoulu 2015. Viitattu 8.5.2015.

[http://www.slideshare.net/HAMK\\_TELP/saumaton-asiakkaat-ja-arvolupaus](http://www.slideshare.net/HAMK_TELP/saumaton-asiakkaat-ja-arvolupaus)

Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja, 3. tarkistettu ja laajennettu painos. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Kainulainen, J. & Åberg, K. 2004. Mainospainotuotteen ostajan opas. Jyväskylä: Docendo Finland.

Kuntovitonon 2015a. Etusivu. Viitattu 31.3.2015. [www.kuntovitonon.fi](http://www.kuntovitonon.fi)

Kuntovitonon 2015b. Viiden Tähtien Risteily. Viitattu 31.3.2015.

[www.kuntovitonon.fi/risteilyt/5-tahden-risteily/](http://www.kuntovitonon.fi/risteilyt/5-tahden-risteily/)

Kuntovitonon 2015c. 10 Pisteiden Piknik-risteily. Viitattu 31.3.2015.

[www.kuntovitonon.fi/risteilyt/10-pisteiden-piknik-risteily/](http://www.kuntovitonon.fi/risteilyt/10-pisteiden-piknik-risteily/)

Loiri, P. & Juholin, E. 2006. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Myllyaho, M. 2015. Visuaalinen ilme: Tunnuksen ja logon suunnittelu. Viitattu 24.4.2015. [www.markomyllyaho.com/Visuaalinen-ilme-tunnus-ja-logo](http://www.markomyllyaho.com/Visuaalinen-ilme-tunnus-ja-logo)

Oulun yliopisto 2015. Hermes. Viitattu 8.5.2015.

<http://www.oulu.fi/hermes/2012/1/nabc.html>

Pohjola J. 2003. Ilme: Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä.

Raninen, T. & Rautio, J. 2002. Mainonnan ABC: käsikirja. Helsinki: WSOY.

Rostedt, S. Vitostapahtumat. Haastattelu 27.4.2015.

Salin, V. 2002. PK-yrittäjän opas kokonaisviestintään. Helsinki: WSOY.

Siukosaari, A. 1999. Markkinointiviestinnän johtaminen. 2. painos. Porvoo: WSOY.

Suomen Jääkiekkoliitto. Graafinen ohjeisto. Viitattu 8.4.2015. [http://finhockey-fibin.directo.fi/@Bin/4c9fb59087c8323c29cd47cafd34846d/1430849573/application/pdf/716631/SJL\\_ohjeistus.pdf](http://finhockey-fibin.directo.fi/@Bin/4c9fb59087c8323c29cd47cafd34846d/1430849573/application/pdf/716631/SJL_ohjeistus.pdf)

Tampereen kaupunki. Graafinen ohjeisto. Viitattu 8.4.2015.

[www.tampere.fi/material/attachments/g/68AHPEQPX/tampereen\\_kaupunki\\_graafinen\\_ohjeisto.pdf](http://www.tampere.fi/material/attachments/g/68AHPEQPX/tampereen_kaupunki_graafinen_ohjeisto.pdf)

Tekes 2015. Viitattu 8.5.2015.

[http://www.tekes.fi/globalassets/global/rahoitus/tekesin-asiakkaaksi/nabc\\_kartoitusvaiheessa.pdf](http://www.tekes.fi/globalassets/global/rahoitus/tekesin-asiakkaaksi/nabc_kartoitusvaiheessa.pdf)

Toikkanen R. 2003. Tyylikäs julkaisu, painotyön ja verkkosivujen suunnittelu ja toteutus. Helsinki: Edita Publishing.

Turun kaupunki. Graafinen ohjeisto. Viitattu 8.4.2015.

<http://www.turku.fi/Public/download.aspx?ID=207539&GUID=%7B14788E92-5C37-48CC-A77B-18D451BFAD69%7D>

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä – merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.

Väestöliitto. Graafinen ohjeisto. Viitattu 8.4.2015. [http://vaestoliitto-fi-bin.directo.fi/@Bin/c12970d499ab91018542fbbedd314808/1428478540/application/pdf/2506152/VL\\_graafohjeisto2013.pdf](http://vaestoliitto-fi-bin.directo.fi/@Bin/c12970d499ab91018542fbbedd314808/1428478540/application/pdf/2506152/VL_graafohjeisto2013.pdf)